UMCS
WYDZIAŁ EKONOMICZNY

Dystrybucja i komunikacja multikanałowa

Wykład 26.03.2020

Serwicyzacja gospodarki

Serwicyzacja gospodarki kojarzona ze wzrostem poziomu życia społeczeństw i nowoczesną strukturą konsumpcji. Serwicyzacja oznacza „**zwiększenie udziału usług w rozmaitych przekrojach makrostruktury gospodarki**”.

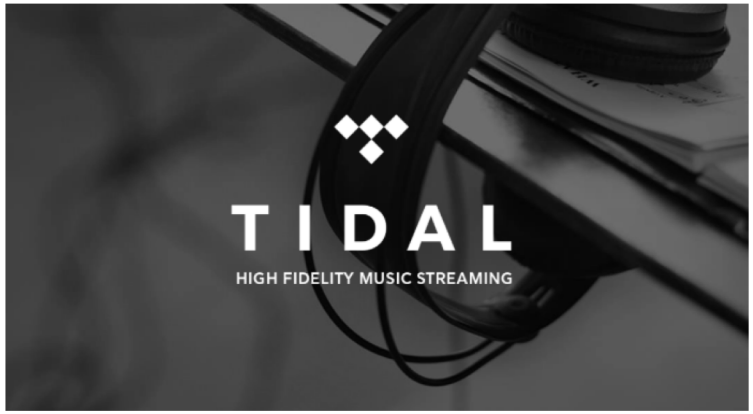
Coraz większe znaczenie usług w gospodarce, względem produkcji, sprawia, że zmniejszeniu będzie ulegało także znaczenie prawa posiadania kosztem prawa użytkowania. Dostęp do usług a nie posiadanie dóbr będzie wyznaczał standard życia.

Serwicyzacja gospodarki

W gospodarce sieciowej wiele produktów ma swoją postać elektroniczną (cyfrową) – nie tylko te związane z gospodarką sieci (np. oprogramowanie), ale też dobra tradycyjne (np. książka czy bilet).

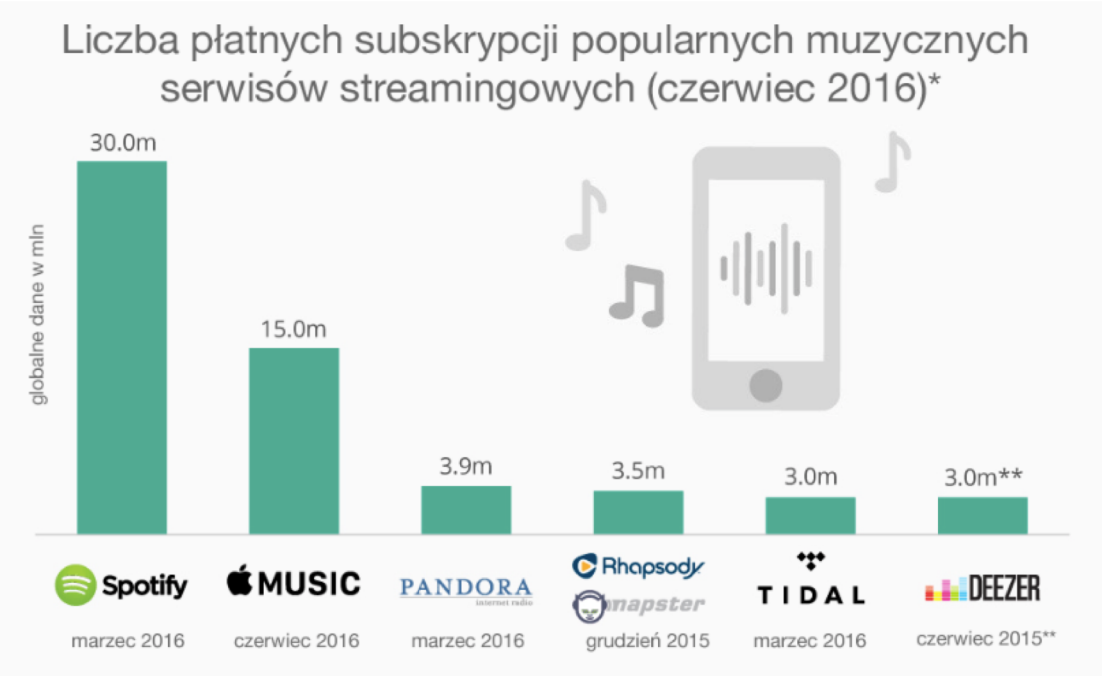
W świecie produktów cyfrowych **zanikają różnice pomiędzy produktami a usługami cyfrowymi**. Posiadanie pliku to zapisanie go na własnym urządzeniu, natomiast udostępnianie to możliwość zdalnego dostępu do treści pliku lub funkcjonalności, którą oferuje (np. możliwość grania w sieci). Udostępnianie jest usługą sieciową. Z punktu widzenia odbiorcy informacji oferta i korzyść dla konsumenta są tożsame.

Streeming muzyki – serwisy – 30-35 mln utworów



Streeming muzyki – udział rynkowe 06.2016

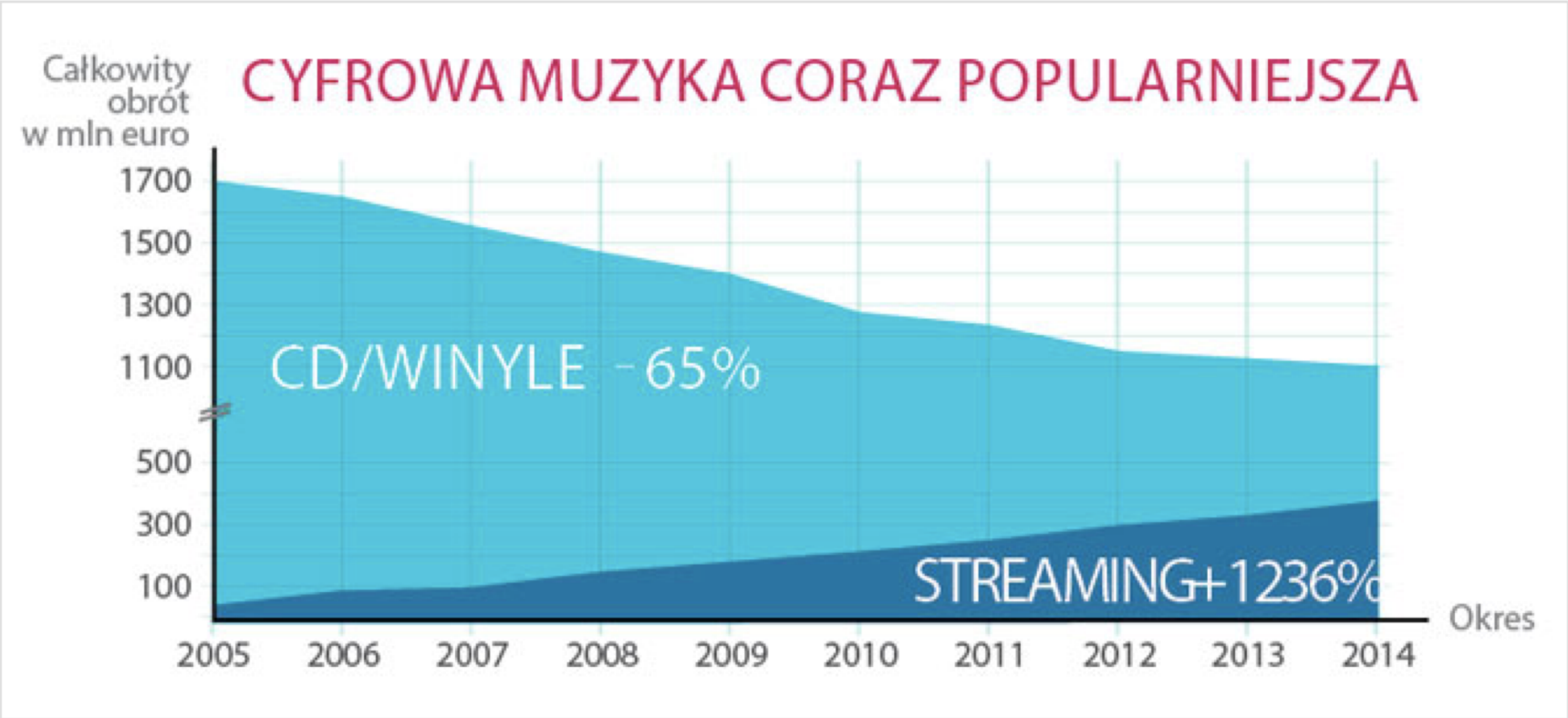
- Spotify: **30 mln** (20 mln) **+10 mln** ↑
- Apple Music: **15 mln** (6,5 mln) **+8,5 mln** ↑
- Pandora: **3,9 mln** (3,9 mln) ↔
- Rhapsody/napster: **3,5 mln** (3 mln) **-0,5 mln** ↓
- Tidal: **3 mln** (1 mln) **+2 mln** ↑
- Deezer: **3 mln** (6,3 mln) **-3,3 mln** ↓



Streeming muzyki – Spotify

Spotify to szwedzka spółka, która jest popularna wśród millenialsów. Spółka dostarcza streaming muzyki dla ponad 230 milionów użytkowników w 61 krajach, z czego 70 milionów użytkowników wykupiło płatną usługę Spotify Premium - bez reklam oraz z możliwością tworzenia własnych kolekcji (wzrost o 46% w stosunku rocznym). Pod względem liczby użytkowników Spotify znacznie wyprzedza pozostałe spółki takie jak np. Apple.

Streeming muzyki



Czy można wskazać inne produkty, które mogłyby być oferowane w analogicznych modelach biznesowych?

Serwicyzacja gospodarki

Serwicyzacja wiąże się ze wzrostem udziału sektora usług w gospodarce – wyrażającym się we wzroście udziału w PKB i zatrudnieniu – ale także ze zwiększeniem znaczenia różnych funkcji usługowych w innych sektorach, w tym procesów outsourcingu usług.

Serwicyzacja gospodarki

Do przekształceń w sektorze usług i wzrostu ich znaczenia prowadzi:

1. Wzrost specjalizacji w usługach świadczonych na międzynarodowych rynkach, wynikający ze wzrostu zapotrzebowania na specjalistyczne usługi w obszarze biznesu oraz możliwości wykorzystania ekonomiki skali,
2. Rozwój technik informacyjnych i nowych technologii komunikacyjnych, powodujących szybki proces umiędzynarodowienia usług,
3. Rosnąca komplementarność dóbr i usług oraz umiędzynarodowienie rynków zbytu i zaopatrzenia.

Serwicyzacja gospodarki – raport ABSL 2016

BPO, SSC, IT AND R&D CENTERS IN POLAND IN 2016

212,000
Total number of jobs at business services centers, of which 177,000 are at foreign centers and 35,000 are at Polish centers.

593
Number of investor companies with business services centers in Poland (including 461 foreign investors).

936
Total number of business services centers in Poland, of which 676 are foreign centers.

73
Number of Fortune Global 500 investors with business services centers in Poland. Combined, the companies that form part thereof have created 30% of the jobs in the industry.

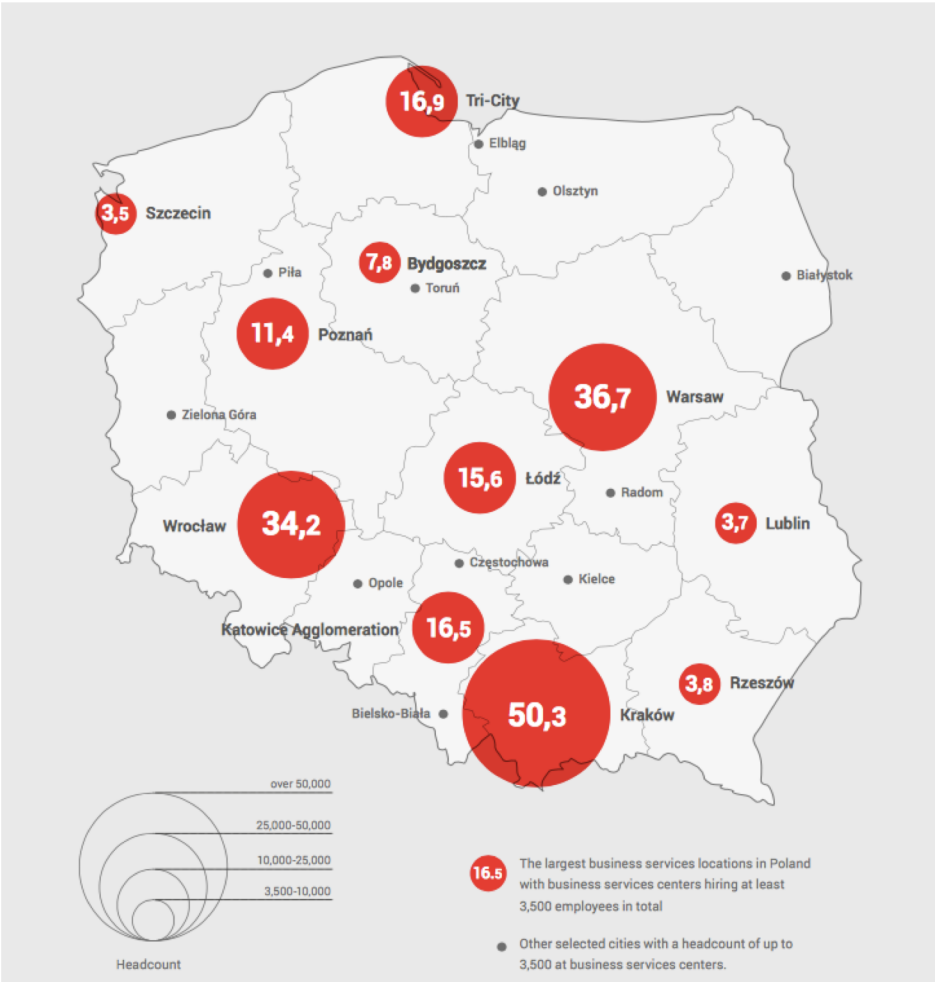
37
Number of business services centers with at least 1,000 employees.

7
Number of business services locations with business services centers hiring more than 10,000 employees.

25%
Employment growth in foreign centers in Poland in the last year (Q1 2015 – Q1 2016) – more than in previous years.

9%
Average share of foreigners employed at business services centers in Poland.

300,000
Number of jobs in the sector in 2020 as forecast by ABSL.



Globalizacja konsumpcji

Gospodarka globalna i powszechny dostęp do środków komunikacji sprawiają, że współcześnie można mówić o globalizacji konsumpcji.

Powoduje ona upodabnianie się stylów życia, w tym w zakresie konsumpcji usług. Ujednolicanie wzorców zachowań konsumpcyjnych sprzyja: rozwój telewizji i internetu, łatwość przemieszczania się dzięki nowoczesnym środkom transportu i komunikacji, standaryzacja wielu dóbr na skutek postępu technologicznego, ułatwienia w realizacji płatności, ekspansja międzynarodowych sieci handlowych oraz globalizacja mediów i marketingu.

Upodabnianie się oczekiwań współczesnych gospodarstw domowych

Współczesne gospodarstwa domowe oczekują dostępu do:

- telewizji cyfrowej,
- internetu, telefonii bezprzewodowej,
- usług finansowych i ubezpieczeniowych,
- usług transportowych,
- odpowiedniego poziomu edukacji dla wychowywanych dzieci i
- wysokiej jakości usług zdrowotnych.

Powszechne staje się korzystanie z usług gastronomicznych, zajęć sportowych, porad dietetyków czy rozrywki.

Wpływ technologii ICT na konsumpcję usług

Zastosowanie nowoczesnej technologii w usługach przyspiesza realizację transakcji, zwiększa jej powtarzalność (podnosząc przy tym jakość usług) i sprawność.

Zastosowanie technologii w usługach powoduje ich standaryzację i ujednolica ofertę dla kolejnych odbiorców, eliminując przy tym nierzadko czynnik ludzki – osobiste relacje usługodawcy z usługobiorcą. Może to powodować u cześci odbiorców przekonanie, iż w tak świadczonych usługach zanika ich wymiar usługowy, co prowadzi do niezadowolenia cześci klientów.

Kliencie obsłuż się sam

E-usługi – definicje

- umożliwiają szybki dostęp do produktów usługowych bez konieczności fizycznego kontaktu między usługodawcami i usługobiorcami;
- nowa formuła świadczenia usług, przy wykorzystaniu internetu od momentu kontaktowania się firmy z klientem (indywidualnym lub instytucjonalnym), celem przedstawienia oferty, poprzez zamówienie usługi, jej świadczenie i kontakt po wykonaniu usługi (proces obsługi może być dokonywany w pełni lub we fragmencie w środowisku wirtualnym (np. rezerwacja biletu).
- e-usługi są w całości nadawane, odbierane lub transmitowane za pomocą sieci telekomunikacyjnej.
- W definicjach prawnych są to usługi świadczone za pomocą internetu lub sieci elektronicznej, których świadczenie jest zautomatyzowane, a ich wykonanie bez wykorzystania technologii informacyjnej jest niemożliwe;
- elektroniczne usługi dostępne za pośrednictwem internetu lub innych narzędzi informatycznych, które pozwalają wykonywać zadania, rozwiązywać problemy lub przeprowadzać transakcje.

E-usługi klasyfikacja

Ze względu na proces świadczenia usług można dokonać następującej ich klasyfikacji:

- usługi świadczone tradycyjnie i online (każdy element procesu może się odbywać drogą tradycyjną i w internecie),

- usługi świadczone wyłącznie online (wszystkie elementy procesu odbywają się w internecie, np. e-bankowość),

- usługi sprzedawane online, ale świadczone tradycyjnie (prezentacja, zamówienie, zapłata online, świadczenie w świecie rzeczywistym, np. e-turystyka).

Rozwój e-usług na przykładzie e-bankowości

Zmiany w dystrybucji i zmiany w zachowaniach klientów – fazy:

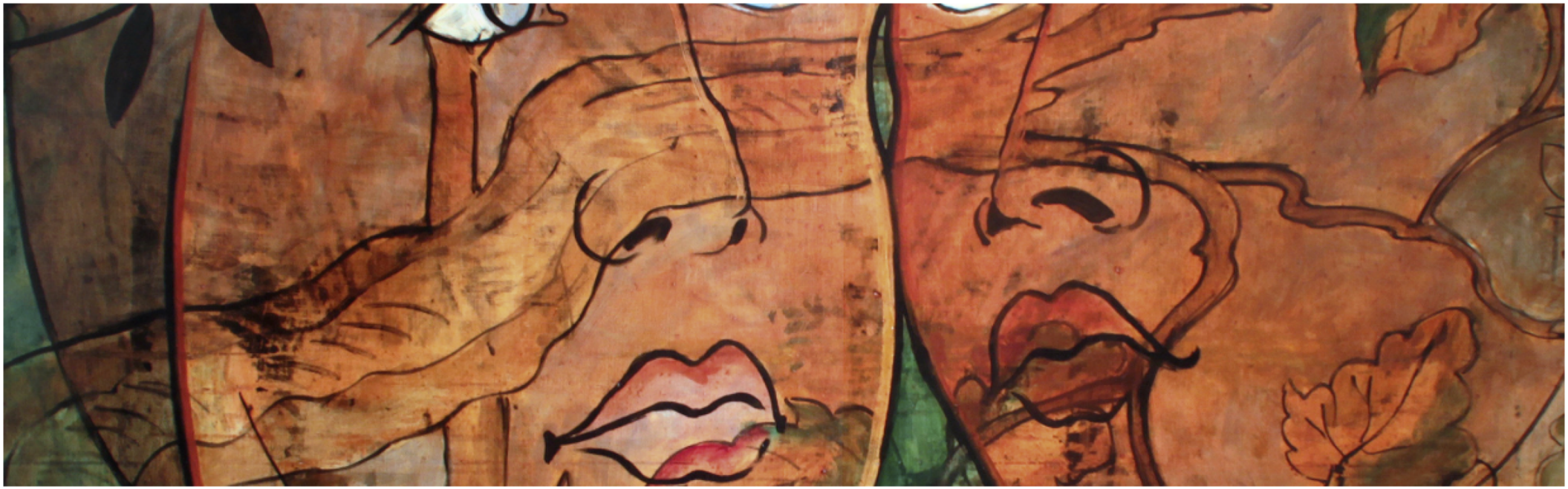
- faza pierwsza: pojawienie się internetu – dał on większą kontrolę konsumentowi i możliwości wyboru sposobu korzystania z dostępu do banków i posiadanych środków,
- faza druga: pojawienie się urządzeń smart (telefonów z aplikacjami mobilnymi) – urządzenia mobilne dają dostęp do niemal wszystkich usług bankowych, poza wypłatą środków,
- faza trzecia: upowszechnienie płatności mobilnych – konwergencja systemów płatności (w szczególności kart płatniczych) z urządzeniami mobilnymi,
- faza czwarta: dostępność usług finansowych „zawsze i wszędzie" – podstawowe usługi tradycyjnie bankoawe świadczone przez inne podmioty, np. operatorów komórkowych.

E-usługi w muzeum

MoMA

Buy tickets Become a member

Plan your visit Exhibitions and events Art and artists Store



Francis Picabia

Through March 19

The Museum of Modern Art

Przemiany dokonujące się w usługach

1. wzrost zdolności handlowej usług – rozdzielenie procesów jednoczesnej produkcji i konsumpcji usług dzięki gospodarce sieci. Wiele usług dzięki temu uzyskało tzw. zdolność handlową – mogą być świadczone zdalnie, nawet w ramach wymiany międzynarodowej (np. usługi księgowe, zdalna obsługa klienta),
2. pojawienie się w handlu międzynarodowym nowych rodzajów usług (np. związanych z programowaniem procesów biznesowych, jak tworzenie aplikacji mobilnych),
3. wzrost jakości oferowanych usług – związany ze zmianami w sposobach świadczenia wielu usług, często z redukcją znaczenia czynnika ludzkiego,
4. innowacje organizacyjne w usługach – zastosowanie mało znanych i rzadko wykorzystywanych w produkcji usług zasad organizacyjnych dotyczących podziału i scalania wybranych procesów, możliwych dzięki technologiom informacyjno-komunikacyjnym. Spowodowało to wprowadzenie innowacji organizacyjnych (np. zastosowanie *offshoringu*).

Innowacje w usługach

Innowacje związane z ICT w stosunku do usług mogą dotyczyć takich obszarów, jak:

1. nowy/nowe kanał/kanały dystrybucji usług, pozwalające na świadczenie wielu usług w dowolnym miejscu i czasie za pośrednictwem łączy elektronicznych,
2. nowy sposób dystrybuowania danych, informacji, produktów mających postać cyfrową. Dotyczy to min. branży mediów.
3. nowe formy handlu usługami: aukcje internetowe, zakupy grupowe, kluby zakupowe,
4. nowe kanały komunikacji z odbiorcami usług: SMS, e-mail, automatyczna komunikacja głosowa, czat lub videoczat w trakcie zakupu w kanale online, komunikator internetowy, aplikacje mobilne, serwisy społecznościowe, blogi,
5. nowe sposoby pośrednictwa w sprzedaży usług z wykorzystaniem technologii cyfrowych: porównywarki cen, sieciowi brokerzy usług, portale rezerwacji (np. Booking), aplikacje do zamawiania usług (np. Uber).

Aukcje lokat internetowych – Bank Millennium

Lokata Aukcje to szansa na uzyskanie ponadprzeciętnego oprocentowania.

- To Ty decydujesz, jaką kwotę umieścisz na lokacie.
- To Ty ustalasz oprocentowanie, które będzie dla Ciebie najbardziej satysfakcjonujące.
- Jeśli Twoja oferta będzie w puli wygrywającej Bank założy lokatę na wylicytowanych przez Ciebie warunkach.

Czy masz już 15-dniową Lokatę Aukcje?

W aukcji **od 6 do 9 marca** średnie oprocentowanie ofert wygrywających wyniosło **2,02%!**

Najwyżej oprocentowana oferta, którą przyjęto do puli wygrywającej **została złożona 06-03-2017** o godzinie 19:26:19 **z oprocentowaniem 2,08%**. Najniższe oprocentowanie wyniosło 1%.

Nie strać kolejnej okazji - weź udział w aukcji (od 13 do 16 marca) i złóż ofertę - oprocentowanie maksymalne **3%!**

Oprocentowanie

Lokata Aukcje to lokata w PLN o stałym oprocentowaniu, otwierana na okres 15 dni.

- Oprocentowanie standardowe: 1%
- Oprocentowanie maksymalne: 3%

Sprawdź wyniki ostatniej Aukcji

Wybierz datę

06.03.2017

Pokaż

Wyniki aukcji

Data	*06.03.2017*
Liczba ofert	*2096*
Wygranych ofert	*1660*
Maksymalne oprocentowanie	*2,08%*
Minimalne oprocentowanie	*1%*
Średnie oprocentowanie	*2,02%*
Ostatnia przyjęta oferta	*09.03.2017 14:58:21*

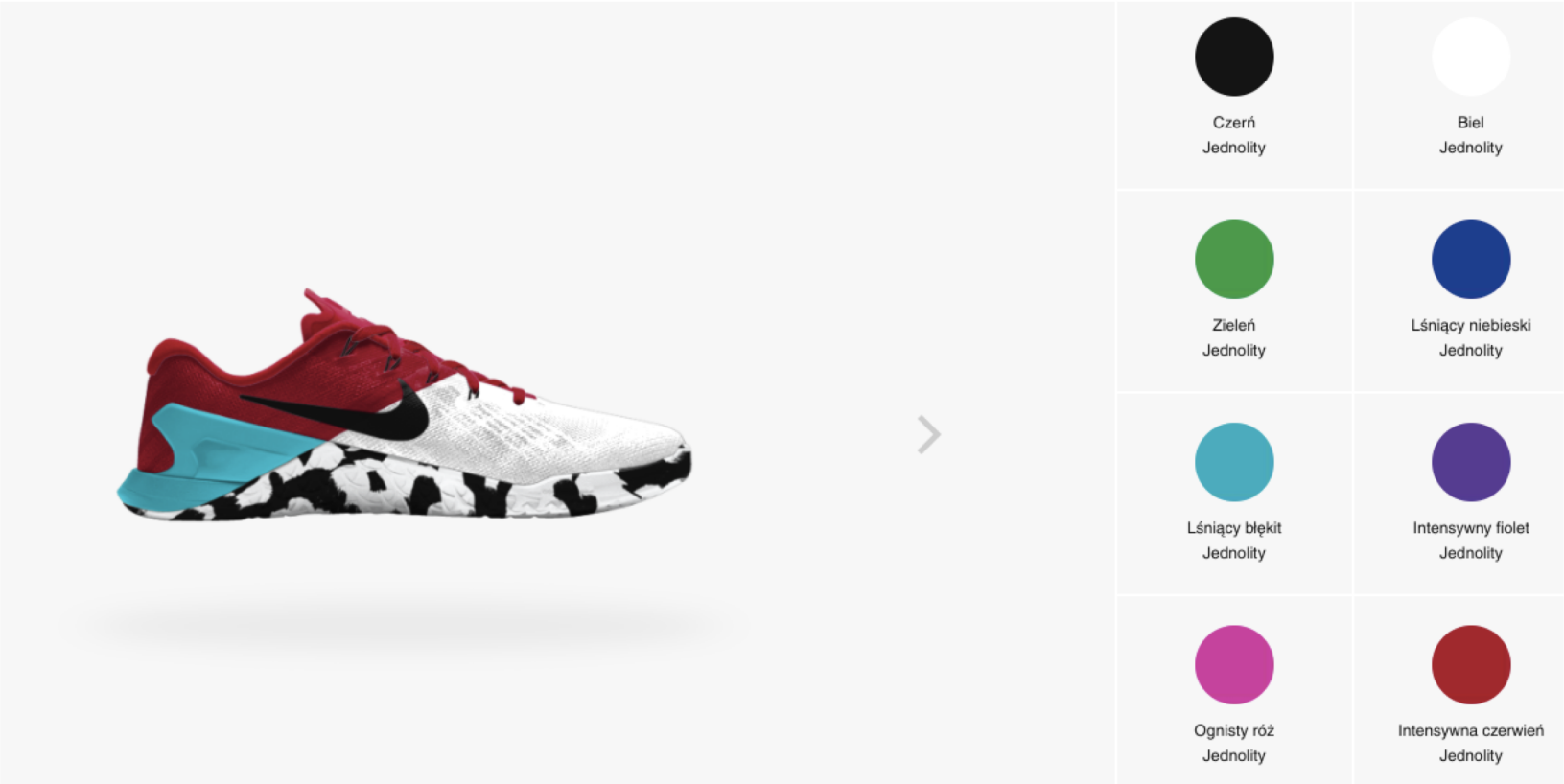
Zmiany wzorców konsumpcji współczesnych gospodarstw domowych

- Późniejsze zakładanie gospodarstw domowych, funkcjonowanie wielu gospodarstw o charakterze nieformalnym, gospodarstw. jednoosobowych lub tworzonych przez osoby tej samej płci,
- Zmniejszenie się liczby i późniejsze pojawianie się dzieci.
- Wydłużenie okresu funkcjonowania gospodarstw domowych po wyprowadzeniu się dzieci, co jest związane z wydłużaniem się przeciętnej długości życia zarówno kobiet, jak i mężczyzn.

Cechy konsumpcji współczesnego konsumenta

- Konsumpcja niestandardowa – manifestowanie indywidualności, odrębności, niepowtarzalności przez realizowane zakupy, z czym wiąże się oczekiwanie ofert spersonalizowanych dla konkretnego odbiorcy, poszukiwanie w nich doświadczeń i przeżyć, które najlepiej jako nowe i niepowtarzalne mają być dostarczone konsumentowi,
- Konsumpcja wspólna lub inaczej kolaboratywna (*collaborative consumption*) – model zachowań opierający się na dzieleniu, wymianie, wspólnym użytkowaniu, zakupie lub odsprzedaży dóbr i usług pomiędzy konsumentami, wiążący się z ostrożnością w podejmowaniu decyzji zakupowych (*smart shopping*), poszukiwaniem okazji, maksymalizacją konsumpcji przy ograniczonych zasobach własnych,

Indywidualność – zaprojektuj własne buty



Cechy konsumpcji współczesnego konsumenta

- Konsumpcja świadoma – ograniczanie konsumpcji, zwrócenie uwagi na wpływ konsumpcji indywidualnej na otoczenie, celowy wybór produktów/usług wytwarzanych z poszanowaniem człowieka lub środowiska, wspierających rozwój społeczności lokalnych lub ubogich czy krajów nierozwiniętych,
- Konsumpcja wygodna – zakupy na odległość, dostęp do towarów/usług z własnego domu (domocentryzm), wirtualizacja konsumpcji powiązana z kulturą obrazu zastępującą kulturę znaku, jednoczesna konsumpcja kilku usług w jednym czasie lub konsumpcją wybranej usługi w dowolnym czasie, ułatwienia konsumpcji przez sposób realizacji płatności w przestrzeni wirtualnej.

Konsumpcja wygodna – dokonywanie płatności

Współczesna konsumpcja

Potwierdza teorię wyboru bazującej na maksymalizowaniu użyteczności przy wykorzystaniu możliwości, jakie daje gospodarka cyfrowa. Człowiek tak kieruje swoim życiem, aby maksymalizować użyteczność. Wynika ona z usług i produktów kupionych na rynku, co z kolei zależy od dochodów i cen „jest to dążenie do maksymalizacji przyjemności przy minimalizacji przykrości”.

Współcześnie nie odnosi się to jedynie do użytkowanych produktów. Zadowolenie konsumenta to nie tylko efekt użyteczności dobra, ale także oddziaływania innych elementów, takich jak sposób zakupu produktu i wysiłek w to wkładany, możliwości wspólnej konsumpcji, a nawet brak konieczności posiadania produktu przy jednoczesnym czerpaniu korzyści z jego użytkowania.

Dziękuję za uwagę